

(19)日本国特許庁 (J P)

(12) 公開特許公報 (A)

(11)特許出願公開番号

特開2002-7679

(P2002-7679A)

(43)公開日 平成14年 1月11日(2002.1.11)

(51)Int.Cl.⁷

G 0 6 F 17/60

識別記号

1 7 2

1 2 4

3 2 6

5 0 4

F I

G 0 6 F 17/60

テーマコード*(参考)

1 7 2

5 B 0 4 9

1 2 4

3 2 6

5 0 4

審査請求 未請求 請求項の数 6 O L (全 11 頁)

(21)出願番号

特願2000-182945(P2000-182945)

(22)出願日

平成12年 6月19日(2000.6.19)

(71)出願人 000002185

ソニー株式会社

東京都品川区北品川 6丁目 7番35号

(72)発明者 小川 浩司

東京都港区高輪 4丁目10番18号 ソニーマ

ーケティング株式会社内

Fターム(参考) 5B049 BB11 BB49 CC02 CC05 CC08

CC36 DD00 DD01 DD05 EE07

FF03 FF04 FF09 GG01 GG04

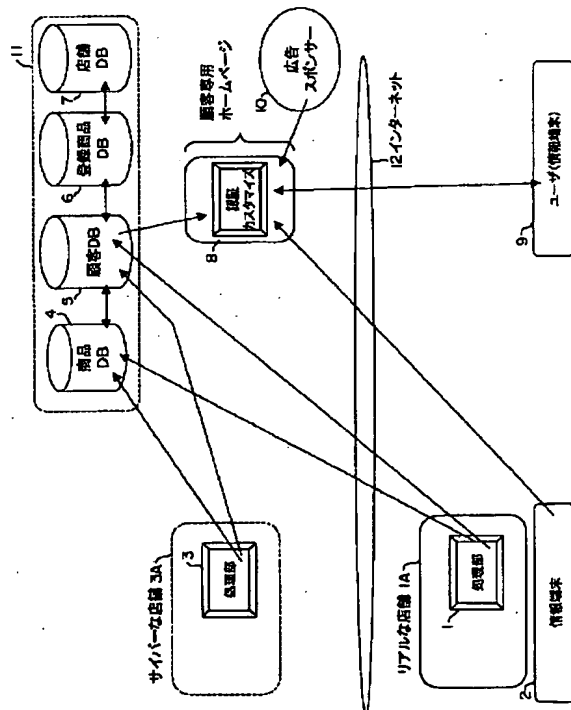
GG05 GG07 GG09

(54)【発明の名称】 商品購入履歴管理サービス方法

(57)【要約】

【課題】 顧客の商品購買に関する履歴管理を有効に行い、商品購入時の商品選択やマーケティングに有効に活用する。

【解決手段】 顧客が洋服店（リアル、サイバー）1 A、3 Bで洋服（アクセサリ、マフラーなどファッション関係を含む）を購入すると、その情報（購入履歴情報）は、属性や写真（商品情報）などとともに自動でインターネット12上のサーバ3に設けられたデータベース6に格納され管理される。顧客は、各種の情報端末を利用して、インターネットウェブ上に設定した顧客自身のホームページ（マイページ）から、購入管理データベースにアクセスすることができ、購入した洋服をネット上で管理することができる。そして、次回、洋服を購入するときは、店にある端末もしくは、携帯端末から購入管理データベースにアクセスし、過去に購入した洋服などを参考にしながら新規の洋服を購入できる。



1

【特許請求の範囲】

【請求項 1】 顧客毎の購入履歴情報と各購入商品の内容を示す商品情報とを蓄積する購入管理データベースを有するネットワークサーバを設け、顧客の商品購入に応じてネットワークを介して当該顧客の購入管理データベースの購入履歴情報を更新するとともに、

顧客からネットワークを通じたアクセスに応じて、前記購入管理データベースに格納した当該顧客の購入履歴情報と商品情報を当該顧客用に設定したウェブ上のホームページに表示し、

さらに顧客自身が前記ホームページから自己の購入履歴情報を追加、修正できるようにした、

ことを特徴とする商品購入履歴管理サービス方法。

【請求項 2】 前記商品情報には、各購入商品の実写映像情報を含むことを特徴とする請求項 1 記載の商品購入履歴管理サービス方法。

【請求項 3】 前記商品情報には、各購入商品の属性情報を含むことを特徴とする請求項 1 記載の商品購入履歴管理サービス方法。

【請求項 4】 商品の販売店に前記ホームページにアクセスするための端末を設置し、店頭でショッピングを行う際に購入履歴情報と商品情報を参照できるようにしたことを特徴とする請求項 1 記載の商品購入履歴管理サービス方法。

【請求項 5】 顧客自身による購入履歴情報を追加、修正に応じて、前記データベースの内容を変更し、追加、修正された購入履歴にかかる商品情報の追加、修正を行うようにしたことを特徴とする請求項 1 記載の商品購入履歴管理サービス方法。

【請求項 6】 前記データベース上の購入履歴情報に基づいて、各顧客に対応した商品の紹介及び宣伝を前記ホームページ上で行うようにしたことを特徴とする請求項 1 記載の商品購入履歴管理サービス方法。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】本発明は、顧客が自己の購入商品を有効に管理し、無駄な購入等を回避することができる商品購入履歴管理サービス方法に関する。

【0002】

【従来の技術】一般に、例えば洋服店で洋服を買う場合に、きれいに陳列された商品を見ると、つつい家にある洋服のことを忘れてしまいがちとなり、結局購入する洋服のタイプの型が偏ってしまうというようなことがよくある。この場合、従来は、個々のユーザが自分の所有している洋服を自分で管理しておくしか方法がなく、気づいたら例えばグレーの洋服ばかり、いつもシャツばかりというように、購入商品が偏ってしまうという問題が生じる。また、これまでの洋服と新規で購入する洋服とのコーディネートに関し、店員に相談しようとしても、

2

よほどの常連顧客でもない限り、店員が過去の購入商品を把握していることはなく、有効な相談を受けられないことが多い。この結果、既に購入している洋服を活かしたコーディネート等が困難であり、販売店にある洋服だけでのコーディネートになってしまう。

【0003】

【発明が解決しようとする課題】そこで、上述のような実情に鑑み、インターネット等のネットワークシステムを活用することにより、顧客の商品購入履歴を収集してデータベース化し、商品購入の際に販売店等の端末で適宜に活用できるようなシステムを構築することが考えられる。しかし、この場合、販売店のネットワークシステムだけで顧客の商品購入履歴を収集してデータベース化することは、顧客が実際に所有している商品を完全に把握することは困難であり、有効なデータベースを構築できないという問題がある。また、特に洋服等は国内で購入するだけでなく、海外旅行の際に購入することも従来より多く行われており、また、最近ではインターネットを用いた取り引きで商品を購入することも多くなりつつあるため、購買経路の異なる商品を一元的にデータベース化することは困難である。

【0004】また、このようなデータベースから各顧客に応じた情報提供（商品紹介等）を行うことを考えた場合でも、データベースの内容が不正確であれば、その顧客に適合した最適なデータが得られないという問題も生じる。特に商品が洋服等のように個々人の嗜好を強く反映するものである場合には、顧客毎の嗜好に応じた有効なマーケティングを行うことが困難である。

【0005】そこで本発明の目的は、顧客の商品購買に関する履歴管理を有効に行い、商品購入時の商品選択やマーケティングに有効に活用することが可能な商品購入履歴管理サービス方法を提供することにある。

【0006】

【課題を解決するための手段】本発明は前記目的を達成するため、顧客毎の購入履歴情報と各購入商品の内容を示す商品情報とを蓄積する購入管理データベースを有するネットワークサーバを設け、顧客の商品購入に応じてネットワークを介して当該顧客の購入管理データベースの購入履歴情報を更新するとともに、顧客からネットワークを通じたアクセスに応じて、前記購入管理データベースに格納した当該顧客の購入履歴情報と商品情報を当該顧客用に設定したウェブ上のホームページに表示し、さらに顧客自身が前記ホームページから自己の購入履歴情報を追加、修正できるようにしたことを特徴とする。

【0007】本発明の商品購入履歴管理サービス方法において、ネットワークサーバは、顧客毎の購入履歴情報と各購入商品の内容を示す商品情報とを蓄積する購入管理データベースを管理し、ネットワークを介して顧客の商品購入情報を受信し、当該顧客の購入管理データベースの購入履歴情報を更新していく。また、顧客からネッ

3

トワークを通じたアクセスに応じて、購入管理データベースに格納した当該顧客の購入履歴情報と商品情報を当該顧客用に設定したウェブ上のホームページに表示する。そして、このホームページ上で、顧客自身が自己の購入履歴情報を追加、修正の操作を行うと、この情報に基づいて、当該顧客の購入管理データベースの購入履歴情報を追加、修正していく。

【0008】したがって、顧客の購入管理データベースには、販売店等をつなぐネットワークシステムで把握できる顧客の商品購入履歴情報が自動的に蓄積されるときにも、このネットワークシステムでは把握できない商品購入履歴情報についても、顧客自身の操作によって適宜に追加、修正でき、購買経路の異なる商品を一元的にデータベース化することができる。このため、顧客によっては、商品の新規購入時に、この顧客用に設定されたウェブ上のホームページを呼び出して購入履歴情報や商品情報を表示させることにより、顧客自身の所有している商品を全体的に把握でき、無駄のない有効な買い物をすることができる。また、洋服等のコーディネートの際にも、購入済みの洋服と新規購入しようとする洋服とを適正に把握して購入でき、店員にアドバイスを受ける場合にも有効活用することが可能である。また、このような一元管理の可能なデータベースを用いて、顧客の好み等を容易に把握でき、マーケティングに有効に活用することが可能である。

【0009】

【発明の実施の形態】以下、本発明による商品購入履歴管理サービス方法の実施の形態について説明する。本実施の形態による商品購入履歴管理サービス方法は、次のようなインターネットを利用した洋服購入履歴サービスモデルを提供するものである。すなわち、この洋服購入履歴サービスモデルは、顧客が洋服店（リアル、サイバー）で洋服（アクセサリ、マフラーなどファッション関係を含む）を購入すると、その情報（購入履歴情報）は、属性や写真（商品情報）などとともに自動でインターネット上のサーバに設けられたデータベース（購入管理データベース）に格納され管理される。

【0010】顧客は、各種の情報端末を利用して、インターネットウェブ上に設定した顧客自身のホームページ（マイページ）から、購入管理データベースにアクセスすることができ、購入した洋服をネット上で管理することができる。また、マイページを通して顧客自身が既にある洋服などのデータを自分で追加したり、廃棄した洋服に関しては削除したりすることもできる。そして、次回、洋服を購入するときは、店にある端末もしくは、携帯端末から購入管理データベースにアクセスし、過去に購入した洋服などを参考にしながら新規の洋服を購入するというサービスモデルである。また、サービス提供者は、顧客の購入データから洋服の好みを分析し、個別に新しい洋服のプロモーションや宣伝をなどを行うこと

4

ができるというサービスモデルである。

【0011】以下、このような洋服購入履歴サービスモデルの具体的実施例について、図面を参照して説明する。図1は、本例におけるネットワークシステムの構成を概念的に示すブロック図であり、図2は、図1のネットワークシステムのハードウェア構成を示すブロック図である。また、図3は、本例で用いる各種テーブルの構成例を示す説明図である。

【0012】図1において、店舗1Aは、実際に商品を陳列して販売するリアルな店舗であり、処理部1と情報端末2が設置されている。処理部1は、会員登録処理、認証処理、商品データベース4からのデータ取得処理、店舗情報の入力処理、購入情報の入力（日付け、コメント等）処理、登録商品データベース6へのデータ格納処理等を行うものである。この処理部1は、その実体が必要しも店舗にある必要はない。処理部1の実体がインターネット側にあり、店舗からはブラウザなどでネットワークを介して処理部1を利用するように構成することも可能である。情報端末2は、顧客が店舗から自分のページにアクセスし、このページから自宅にある洋服等を参照するためのものである。したがって、このページを見ながら、自分で判断するだけでなく、店員にアドバイスを受けるといった利用方法が可能である。

【0013】また、店舗3Aは、インターネットのウェブ上に開設されたサイバーな店舗であり、処理部3が設置されている。この処理部3は、処理部1と同様に、会員登録処理、認証処理、商品データベース4からのデータ取得処理、店舗情報の入力処理、購入情報の入力（日付け、コメント等）処理、登録商品データベース6へのデータ格納処理等を行うものであり、入力処理は全て自動的に行われるものである。また、サーバ11は、商品データベース（DB）4、顧客データベース5、登録商品データベース6、店舗データベース7を有する。商品データベース4は、商品の管理（属性）情報と各商品の写真情報が格納された商品テーブル4Aを有するものである。この商品テーブル4Aには、図3（A）に示すように、商品ID、商品名、種類、サイズ、素材、色等の各情報が格納されている。

【0014】顧客データベース5は顧客テーブル5Aを有するものであり、この顧客テーブル5Aには、図3（C）に示すように、顧客ID、名称、パスワード、性別、メールアドレス、電話番号、住所、その他の情報（身体情報である身長、バスト（B）、ウエスト（W）、ヒップ（H）などの寸法）が格納されている。登録商品データベース6は、顧客の商品購入に関する情報を登録する登録商品テーブル6Aを有するものであり、登録商品テーブル6Aには、図3（D）に示すように、登録ID、顧客ID、商品ID、購入店舗ID、購入日、店員コメント、自分コメント、その他の情報が格納されている。店舗データベース7は、店舗の情報を格

5

納する店舗テーブル 7 A を有するものであり、この店舗テーブル 7 A には、図 3 (B) に示すように、店舗 ID、名称 (ブランド名)、支店名、住所、その他の情報が格納されている。

【0015】また、顧客用ホームページ 8 は、各顧客に専用に設けられたものであり、ID、パスワードで認証を行うことにより、呼び出すことができるものである。顧客が店舗 (リアル、サイバー) 1 A、3 A で商品を購入すると、自動で更新される。また、コメントを入れたり、編集 (カスタマイズ) が可能である。また、顧客の嗜好を分析した結果に対応したプロモーションが展開される。情報端末 9 は、例えばユーザが所有している携帯電話、PC 等の各種端末であり、インターネットの通信機能を有し、自分専用のホームページ 8 にアクセスできる。広告スポンサー 10 は、顧客用ホームページ 8 で広告をうつ業者自身、または他の業者である。

【0016】図 2 において、店舗 1 A には、インターネット 12 を用いた通信を行う通信装置 21 と、その制御部 22 と、各種データを入力するための入力装置 23 と、ホームページ等を表示するための表示装置 24 とを有する。また、店舗 3 A には、インターネット 12 を用いた通信を行う通信装置 31 と、その制御部 32 と、オーダーを自動処理するための処理部 33 を有する。また、サーバ 11 は、インターネット 12 を用いた通信を行う通信装置 41 と、その制御部 42 と、上述した各テーブル 4 A ~ 7 A を設けたデータベース 4 ~ 7 を有する。また、ユーザの情報端末 9 は、インターネット 12 を用いた通信を行う通信装置 51 と、その制御部 52 と、各種データを入力するための入力装置 53 と、ホームページ等を表示するための表示装置 54 と、ホームページを検索するためのブラウザ 55 とを有する。

【0017】図 4 は、本例における顧客用ホームページ (マイページ) 8 の具体的画面構成を示す説明図であり、図 5 は、図 4 に示す顧客用ホームページ 8 につながるプロモーションページの具体的画面構成を示す説明図である。図 4 に示すように、マイページには、ユーザ (この例では「花子」さん) が過去に購入した商品の履歴情報 (日付け、購入店舗、品名、色、サイズ、素材、店員コメント) が、各商品 (本例では洋服) の実写情報とともに表示される。なお、この表示は複数ページにわたっており、画面の切り換えによって順番に見ることができる。また、このページには、ショップの広告 8 A が表示されている。そして、この広告 8 A をクリックすることにより、図 5 に示すようなプロモーションページを表示でき、新商品の情報等を見ることができる。また、このようなホームページ 8 の内容を追加、修正 (主に商品の削除) する場合には、追加キー 8 B をクリックすることにより、図示しない追加画面が表示され、この画面上で追加、修正を行うことが可能となっている。

【0018】次に、図 6 ~ 図 7 は、本例における動作例

6

を示すフローチャートであり、図 6 はリアル店舗での商品購入から購入履歴の登録までの動作例を示し、図 7 はサイバー店舗での商品購入から購入履歴の登録までの動作例を示し、図 8 は、マイページの閲覧から編集、ログアウトまでの動作例を示している。まず、図 6 において、商品の購入を決定すると (ステップ S1)、顧客 ID を入力し (ステップ S2)、顧客テーブル 5 A の確認を行う (ステップ S3)。ここで、該当する顧客 ID が 10 ない場合には (ステップ S4)、会員に登録するか否か問い (ステップ S5)、会員に登録しない場合には、そのまま支払い処理を行い (ステップ S13)、商品の受け渡しを行う (ステップ S14)。これは、通常の購買処理である。

【0019】また、会員に登録する場合には、会員登録画面を表示し (ステップ S6)、顧客属性を入力し (ステップ S7)、これを顧客テーブル 5 A に格納して (ステップ S8)、ステップ S9 に進む。また、ステップ S4 で顧客 ID がある場合には、そのままステップ S9 に進む。ステップ S9 では、購入商品 ID の入力 (レジと連動の場合には自動で行える) を行い、商品データベース 4 から商品情報を取得する (ステップ S10)。次に、店舗情報、店員コメント等を入力し (ステップ S11)、登録商品テーブルにこれらのデータを格納する (ステップ S12)。この後、通常の購買処理と同様に 20 して、支払い処理を行い (ステップ S13)、商品の受け渡しを行う (ステップ S14)。

【0020】次に、図 7 において、サイバー店舗 3 A に 30 入店し (ステップ S21)、顧客 ID を入力し (ステップ S22)、顧客テーブル 5 A の確認を行う (ステップ S23)。ここで、該当する顧客 ID が 30 ない場合には (ステップ S24)、会員に登録するか否か問い (ステップ S25)、会員に登録しない場合には、そのままステップ S21 に戻る。また、会員に登録する場合には、会員登録画面を表示し (ステップ S26)、顧客属性を入力し (ステップ S27)、これを顧客テーブル 5 A に格納して (ステップ S28)、ステップ S29 に進む。

【0021】また、ステップ S24 で顧客 ID がある場合には、そのままステップ S29 に進む。ステップ S29 では、商品の検索、確認を行い、次に商品の購入を決定すると (ステップ S30)、処理の方法で決済処理を行う (ステップ S31)。そして、購入商品 ID を取得し (ステップ S32)、商品データベース 4 から商品情報を取得する (ステップ S33)。そして、これらのデータを登録商品テーブルに格納し (ステップ S34)、サイバー店舗 3 A から退出する (ステップ S35)。

【0022】次に、図 8 において、顧客用ホームページ (マイページ) にアクセスし (ステップ S41)、ID、パスワードを入力する (ステップ S42)。ここで ID、パスワードの認証を行い (ステップ S43、S44)、ID が 40 ない場合には、ステップ S41 に戻ってア

7

クセスのやり直す。また、パスワードが正しくなければ、ステップ S 4 2 に戻って入力 of のやり直す。また、ID、パスワードが適正である場合には、登録商品データベース 6 から顧客に関連する情報を取得するとともに（ステップ S 4 5）、広告データを取得し（ステップ S 4 6）、当該顧客専用のマイページを表示する（ステップ S 4 7）。

【0023】ここで、マイページの編集（追加、修正等）を行うか否か判断し（ステップ S 4 8）、編集を行わない場合には、そのままログアウトする（ステップ S 5 2）。また、編集を行う場合には、例えばマイページ上で登録商品へのコメント入力（ステップ S 4 9）や他の商品登録（ステップ S 5 0）、さらに図示しないが既登録商品の削除等を行い、編集後のデータで登録商品データベースを更新する（ステップ S 5 1）。そして、この後、ログアウトする（ステップ S 5 2）。

【0024】以上のような本例のビジネスモデルによれば、顧客側と販売企業側の双方で以下のような利益を得ることが可能となる。

（1）顧客メリット

リアル店舗またはサイバー店舗で洋服を購入すると同時に、購入情報が、ネット上のデータベースに格納される。顧客は、購入した洋服履歴を確認できる自分専用のホームページ（マイページ）を持つことができ、洋服を購入するごとに自動で更新される。顧客専用のホームページは、新規の購入した洋服だけでなく、すでにある洋服やプレゼントされた洋服に関してもデジタルカメラで撮影した画像などとともに情報を追加できる。また、廃棄した洋服に関しても削除などの処理が可能となっている点。また、自分の身長、バスト、ウエスト、ヒップなどの寸法である身体情報も登録することができる。顧客は、自分専用のホームページでは、購入した洋服に関するコメントなどを書くことができる。顧客は、過去に購入した洋服を店舗で確認し、それにあった（プロである店員のアドバイスをうけながら）新規の洋服を購入することができる。別の店で購入したとしても店員にこれまでの洋服を確認してもらい、アドバイスを受けることができる。

【0025】（2）企業メリット

店員は、顧客が過去に購入した洋服から、顧客の好みを判別でき、それに基づいた洋服を薦めることができる。店員は、店舗で、今回顧客が新規に購入する洋服と、過去に購入した洋服とのコーディネート提案することができる。顧客が個々に持つホームページでは、顧客の購入履歴に基づいた、洋服の宣伝を行ったり、プロモーションを行うことができる。顧客の洋服のかける予算や購入頻度に関して統計情報を算出し、予算や購入予定時期にあった洋服などを提案することができる。

【0026】この結果、顧客の囲い込み、店員のコーディネート力の有効活用、顧客データの獲得／蓄積、

8

顧客データの活用、顧客個別サービスの推進等の利点を得ることが可能となる。なお、このようなビジネスモデルの収益構造としては、店舗でのサービスアップによる売上増加、顧客専用ホームページでの広告収入、専用ホームページでの嗜好分析プロモーションによる売上増加、このサービス自体を他の業者に販売することによる収益等が考えられる。また、以上の例は、主に洋服を販売する例について説明したが、本発明は、他の商品を販売する場合にも適用できる。

10 【0027】

【発明の効果】以上説明したように本発明の商品購入履歴管理サービス方法では、顧客毎の購入履歴情報と各購入商品の内容を示す商品情報とを蓄積する購入管理データベースを有するネットワークサーバを設け、顧客の商品購入に応じてネットワークを介して当該顧客の購入管理データベースの購入履歴情報を更新するとともに、顧客からネットワークを通じたアクセスに応じて、購入管理データベースに格納した当該顧客の購入履歴情報と商品情報を当該顧客用に設定したウェブ上のホームページに表示し、さらに顧客自身が前記ホームページから自己の購入履歴情報を追加、修正できるようにした。

【0028】したがって、顧客の購入管理データベースには、販売店等をつなぐネットワークシステムで把握できる顧客の商品購入履歴情報が自動的に蓄積されるとともに、このネットワークシステムでは把握できない商品購入履歴情報についても、顧客自身の操作によって適宜に追加、修正でき、購買経路の異なる商品を一元的にデータベース化することができる。

【0029】このため、顧客によっては、商品の新規購入時に、この顧客用に設定されたウェブ上のホームページを呼び出して購入履歴情報や商品情報を表示させることにより、顧客自身の所有している商品を全体的に把握でき、無駄のない有効な買い物をする事ができる。また、洋服等のコーディネートの際にも、購入済みの洋服と新規購入しようとする洋服とを適正に把握して購入でき、店員にアドバイスを受ける場合にも有効活用することが可能である。また、このような一元管理の可能なデータベースを用いて、顧客の好み等を容易に把握でき、マーケティングに有効に活用することが可能である。

40 【図面の簡単な説明】

【図 1】本発明の実施の形態におけるネットワークシステムの構成を概念的に示すブロック図である。

【図 2】図 1 のネットワークシステムのハードウェア構成を示すブロック図である。

【図 3】本発明の実施の形態で用いる各種テーブルの構成例を示す説明図である。

【図 4】本発明の実施の形態で用いる顧客用ホームページ（マイページ）の具体的画面構成を示す説明図である。

50 【図 5】図 4 に示す顧客用ホームページにつながるプロ

9

10

モーションページの具体的画面構成を示す説明図である。

【図6】本発明の実施の形態においてリアル店舗での商品購入から購入履歴の登録までの動作例を示すフローチャートである。

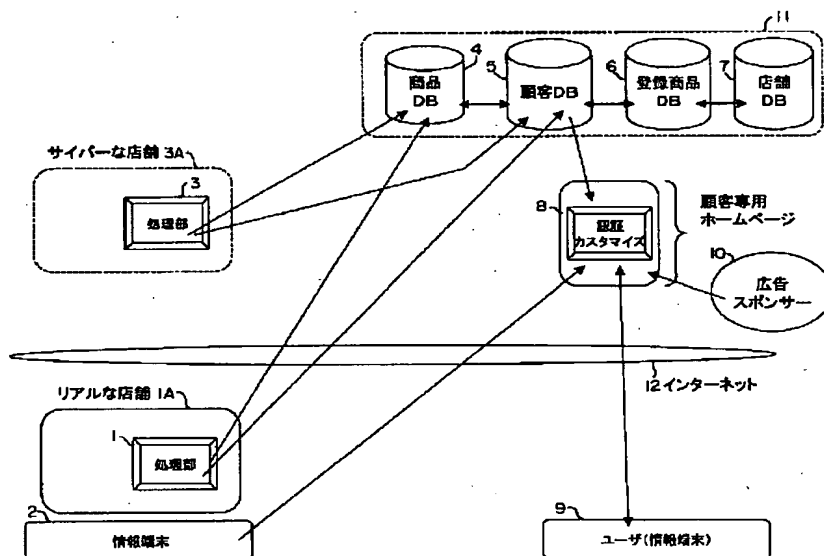
【図7】本発明の実施の形態においてサイバー店舗での商品購入から購入履歴の登録までの動作例を示すフローチャートである。

【図8】本発明の実施の形態においてマイページの閲覧から編集、ログアウトまでの動作例を示すフローチャートである。

【符号の説明】

1、3……処理部、1A、3A……店舗、2……情報端末、4……商品データベース、4A……商品テーブル、5……顧客データベース、5A……顧客テーブル、6……登録商品データベース、6A……登録商品テーブル、7……店舗データベース、7A……店舗テーブル、8……顧客用ホームページ、9……情報端末、10……広告スポンサー、11……サーバ、12……インターネット、21、31、41、51……通信装置、22、32、42、52……制御部、23、53……入力装置、24、54……表示装置、33……処理部、55……ブラウザ。

【図1】



【図3】

4A 商品テーブル

商品ID	商品名	メーカー	種類	サイズ	素材	色	価格	写真
123	Tシャツ	A社	Tシャツ	S	綿	白	3000	0001.gif
456	パンツ	B社	ジーンズ	M	綿	紺	10000	0002.gif

7A 店舗テーブル

店舗ID	店舗名	支店名	所在地	その他
0001	C社	品川店	東京都港区	

5A 顧客テーブル

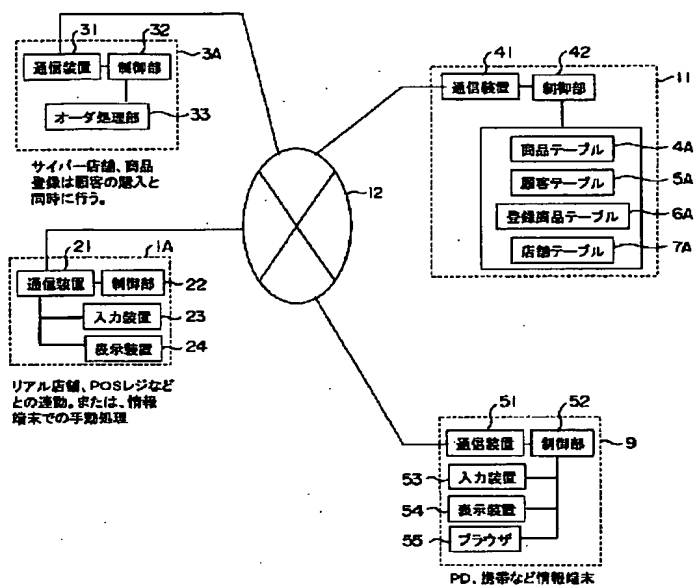
顧客ID	名前	パスワード	性別	住所	e-mail	電話番号	その他	身長	B	W	H
0001	小川浩司	ko@coji	男	千葉県船橋市3-4	k-coji@nifty.com	0474955466		178	70	78	70
0002	菅原太郎	sou	男	東京都品川区2-1	so@sbactory.co.jp	03123456		180	80	73	75

個人の身体情報等

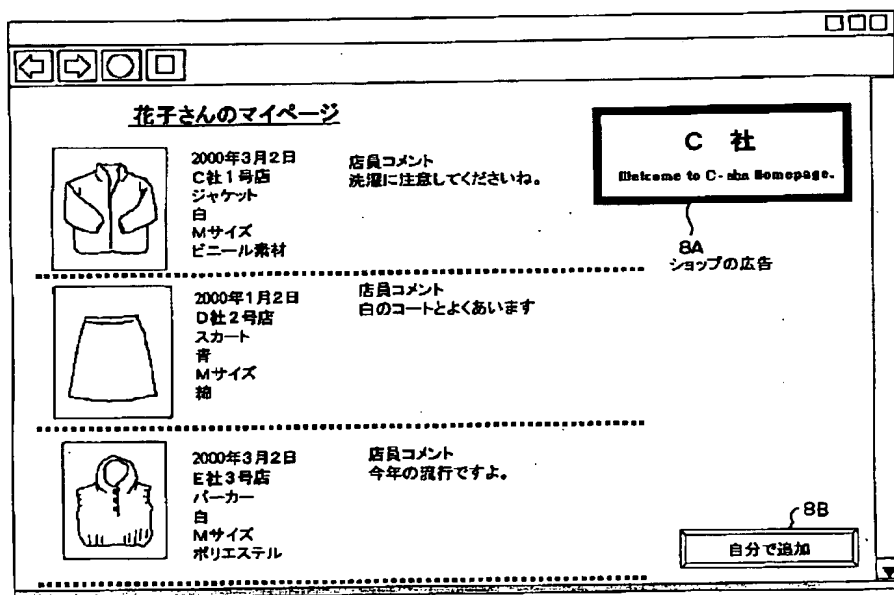
6A 登録商品テーブル

登録ID	顧客ID	商品ID	購入店舗ID	購入日	商品コメント	自分コメント
111111	0001	123	0001	2000/3/2	ブルージーンズが気に入ります。	ちょっとサイズが大きかった
111112	0002	456	0002	2000/3/30	質の良さとあわせてください。	

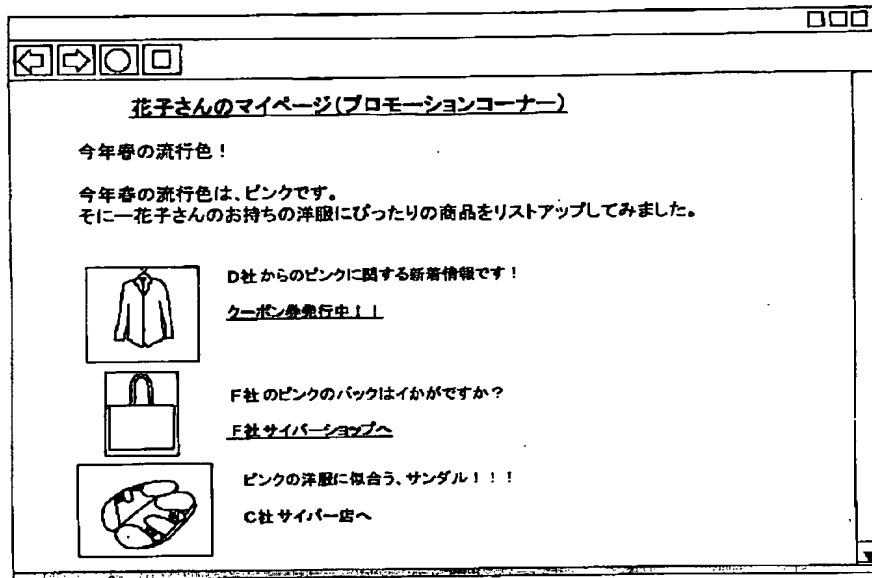
【図2】



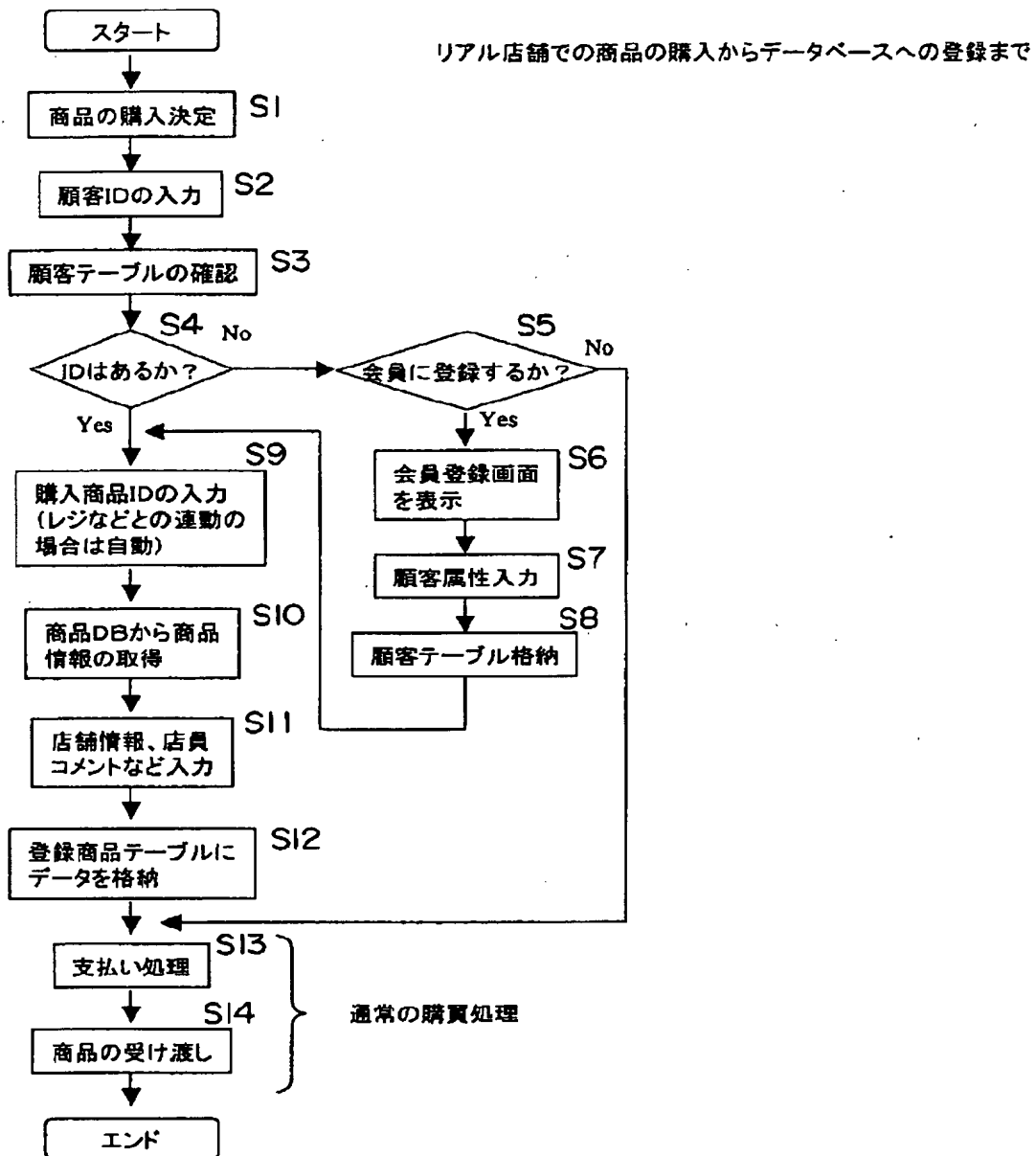
【図4】



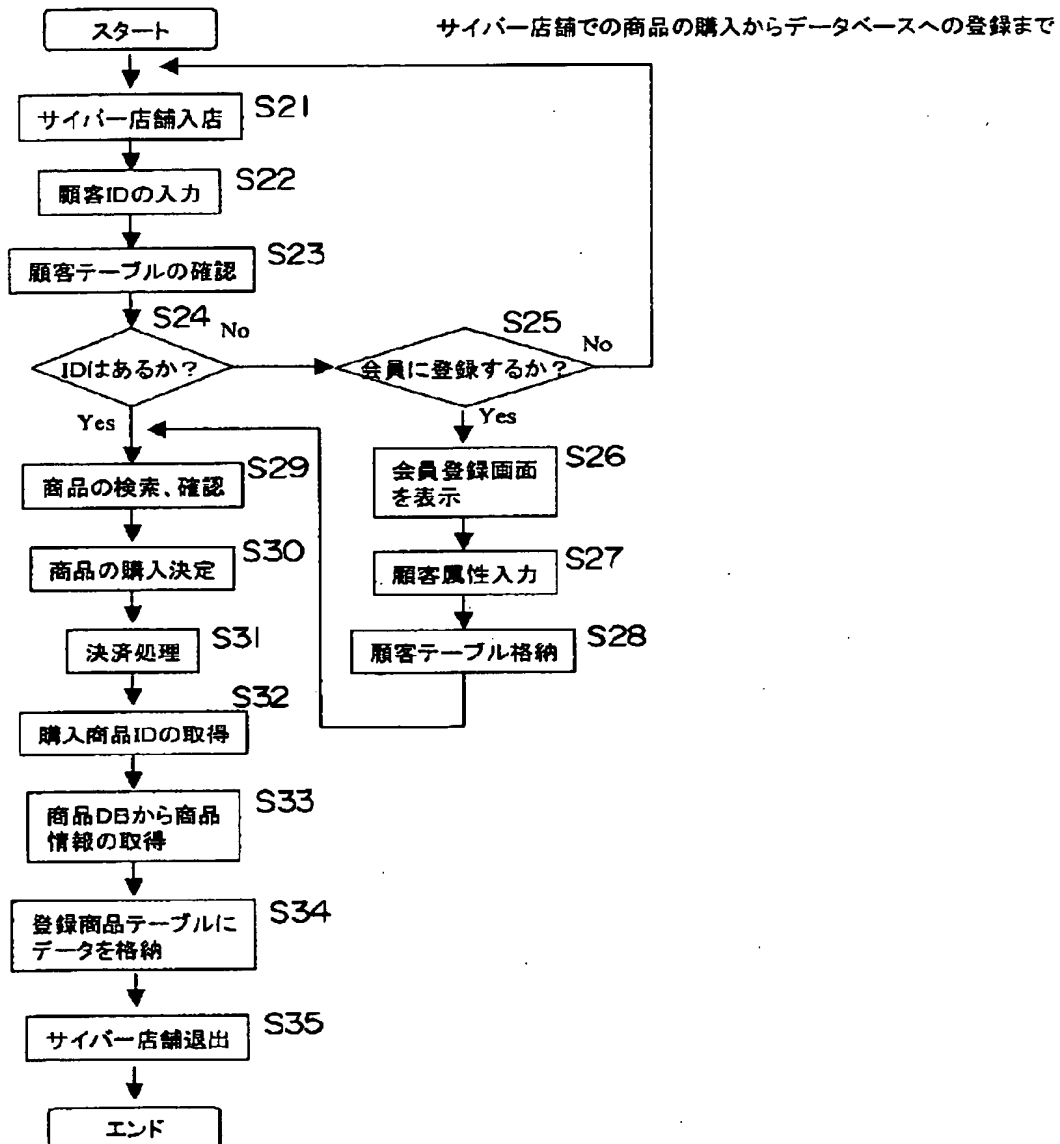
【図5】



【図6】



【図 7】



【図 8】

